

<http://artnodes.uoc.edu>

## ARTÍCULO

### NODO «*LOCATIVE MEDIA* Y PRÁCTICA ARTÍSTICA: EXPLORACIONES SOBRE EL TERRENO»

# Aumentar el espacio público y crear arte público: el papel de los medios locativos

**Anthony Townsend**

Fecha de presentación: octubre del 2008

Fecha de aceptación: octubre del 2008

Fecha de publicación: diciembre del 2008

## Resumen

Los medios locativos (*locative media*) siguen resultando un marco útil para comprender cómo, gracias a la percepción colectiva, los grupos incrementarán notablemente su capacidad de generar narrativas alternativas del espacio público urbano. El caso de las cascadas de la ciudad de Nueva York de Olafur Eliasson se emplea para describir este proceso en relación a una obra reciente de arte público a gran escala.

## Palabras clave

urbanismo, ciudades, cascadas, *Waterfalls*, arte público, medios sociales

## Abstract

*Locative media remain a useful frame for understanding how collaborative sensing will broadly empower groups to author alternative narratives of urban public space. The case of Olafur Eliasson's New York City Waterfalls is used to describe this process in the context of a recent large public art work.*

## Keywords

*urbanism, cities, Waterfalls, public art, social media*

## El fin de la geoweb

En septiembre de 2008, se encajó la última pieza de la geoweb. GeoCommons, un depósito abierto de datos geográficos con herramientas cartográficas temáticas incluidas, entró en funcionamiento en Arlington, Virginia. Con el respaldo económico de los propios fondos de riesgo In-Q-Tel de la CIA, GeoCommons podría ser el capítulo final de una historia que empezó hace décadas con la distribución del sistema de posicionamiento global (GPS). Lo que en el pasado pertenecía de manera exclusiva al ámbito militar y constituía su principal ventaja táctica y estratégica se había generalizado y democratizado. La cartografía se había convertido en otro enfoque que se podía compartir libremente en la cada vez más ingente masa de datos sensoriales del web. Transcurrida casi una década desde que el gobierno estadounidense inutilizó la función de errores inducidos por disponibilidad selectiva (SA), con lo que se logró un espectacular incremento en la precisión del GPS, los medios locativos (*locative media*) como tema de investigación crítica y artística podrían considerarse pasados de moda.

Pero los medios locativos siguen resultando un marco útil al menos por dos motivos.

En primer lugar, los medios locativos centran nuestra atención en el espacio y la geografía, por lo que sirven de apoyo para la crítica del «espacio de los flujos» que Castells considera una estructura clave de las sociedades red. Mientras el análisis de redes centra nuestra atención en las relaciones simbólicas entre actores, los medios locativos también nos permiten desarrollar y basar nuestro debate en las relaciones físicas y tangibles. Por ejemplo, las relaciones de poder pueden cambiar en sistemas políticos que tiendan más a estructurarse en red, ¿pero qué significa en última instancia este cambio en relación con el territorio y el espacio? Los medios locativos nos permiten cartografiar el terreno de conflictos.

En segundo lugar, los medios locativos proporcionan una base sólida para investigar las implicaciones más generales de la percepción y la creación de sentido en colaboración. Al analizar proyectos como OpenStreetMap, donde los usuarios de GPS elaboraban mapas de base alternativos de código abierto de los sistemas de carreteras del mundo, vemos el enorme potencial de este marco para transformar el discurso público. A medida que la percepción medioambiental y ecológica de los ciudadanos se extiende y se vuelve más colaborativa, los experimentos actuales con medios locativos sociales aportarán valiosas lecciones e ideas sobre cómo deberían diseñarse y administrarse estas estructuras.

Por lo tanto, lo que más debe importarnos de los medios locativos no es que se los apropien las élites artísticas para provocar. Lo que hay que hacer es investigar, observar y criticar la conversión en producto de los medios locativos, los datos geoespaciales y las técnicas y pensamiento geoanalíticos. Tal y como dice Alex Pang, quedan ya muy pocas cosas que se considere que existan de manera exclusiva en el

ciberespacio o el espacio físico. Se acerca «el fin del ciberespacio» como metáfora útil para explicar las experiencias mediadas por el ordenador. Y ya que estamos con eso, también podemos declarar la muerte de la geoweb. A fin de cuentas no es más que el web, y la geografía es uno de sus múltiples metadatos, como la fecha, el autor o las etiquetas.

Un repaso rápido de cómo los geodatos sensoriales inundan el web sirve para recalcar este punto. Mientras redactaba este artículo, en octubre de 2008, había unos 2,7 millones de fotografías codificadas geográficamente en Flickr. Diversos dispositivos de navegación personal, como el Dash y el TomTom, permiten que hoy en día los usuarios introduzcan datos en una base colaborativa sobre el mundo, en vez de limitarse a recibir contenidos predefinidos. La proliferación de sistemas de posicionamiento inalámbricos en todo tipo de dispositivos móviles indica que en un futuro no tan lejano todos los datos creados con dispositivos personales poseerán una marca geográfica, al igual que la temporal ya existente.

## Las cascadas de la ciudad de Nueva York: medios locativos y participación en arte público

Hace dos años, afirmé que el paso de la informática de escritorio a la informática móvil que se está produciendo actualmente supondrá un énfasis mucho mayor en el contexto de la informática. Al ejecutarse en el espacio público urbano, la evolución de la informática móvil que tiene en cuenta el contexto se caracterizará por la interacción de sistemas de mando y control de arriba abajo (*top-down*) en oposición a sistemas de abajo arriba (*bottom-up*) para la acción colectiva (Townsend, 2006).

El arte público ofrece un interesante caso de estudio que permite analizar cómo los medios locativos, como ejemplo de informática móvil que ha de tener en cuenta su contexto, generan esta interacción en espacios públicos urbanos. Por lo tanto, este artículo estudia la vinculación con el arte público a través de medios locativos y geodatos para comprender el diálogo que se está desarrollando entre artistas y comisarios profesionales por un lado, y públicos masivos por el otro. La premisa básica es que los medios locativos, combinados con los negocios de medios sociales del web, están fomentando la participación pública en el arte público.

La exposición de las cascadas (*Waterfalls*) en la ciudad de Nueva York es una de las obras más recientes de arte público a gran escala y sirve para ejemplificar esta explosión de la participación en arte público a través de medios locativos. Diseñadas por el artista danés Olafur Eliasson y exhibidas en cuatro lugares a lo largo de la orilla del East River del 23 de junio al 13 de octubre de 2008, las cascadas provocaron un frenesí de expresiones digitales generadas por los usuarios.

Según un informe del gobierno sobre el impacto económico de las cascadas, la participación pública en el arte público mediante la producción de contenidos digitales se ha convertido en uno de los objetivos principales de los patrocinadores:

«La respuesta de los espectadores resulta igualmente importante para la inspiración del artista, ya que puede que busquen específicamente obras de arte público o se las encuentren de manera inesperada. Resulta difícil evaluar la respuesta y la vinculación del visitante, pero la presencia de tecnología personal—incluidas cámaras digitales y videocámaras—facilita que se registren imágenes y experiencias de instalaciones grandes y luego se publiquen, compartan y comenten a través de medios sociales basados en el web» (*The New York City Waterfalls: The Economic Impact of a Public Art Work*, 2008).

Las cascadas generaron un aluvión de productos para medios sociales en el web, como 6.000 fotografías en Flickr, 1.200 entradas de blog y más de 200 vídeos, que ascendían a 3 horas de duración en YouTube.

Debido a que es una de las plataformas de medios locativos más accesibles del web y a que aprovecha una base muy difundida de cámaras digitales, el conjunto de obras geocodificadas en Flickr resulta especialmente interesante. Como escribió Caryn Coleman, una artista de Los Angeles, en su blog:

«...viajar por placer este verano ni se plantea, aunque esté relacionado con el arte. Pero para eso tenemos Flickr: una manera de ver la misma cosa en numerosas versiones a partir de las diversas miradas de los demás. Hay más de 100 imágenes de las cascadas de Eliasson en la ciudad de Nueva York (acaban de abrir el 30 de junio), con lo que resulta casi tan interesante como estar allí» (*The New York City Waterfalls: The Economic Impact of a Public Art Work*; fuente original: Coleman, 2008).

Pero las fotos geolocalizadas de Flickr no resultaron útiles solamente para poder echar un vistazo a las cascadas desde posiciones alejadas. El SENSEable City Lab del MIT analizó la localización y el mirador desde el que se tomaron miles de fotos georeferenciadas en Lower Manhattan de 2006 a 2008. A partir de este análisis, pudieron demostrar que las cascadas atraían a muchos visitantes, y los apartaban de otros lugares de interés de la ciudad como el World Trade Center.

«Durante el verano de 2008, Battery Park y South Street Seaport—ambos miradores oficiales de las cascadas—se convirtieron en destinos más importantes para los fotógrafos. Y, lo que es más importante, los datos de Flickr sugieren que muchos más fotógrafos se desplazaron directamente entre los dos miradores junto al río» (*The New York City Waterfalls: The Economic Impact of a Public Art Work*, 2008).

De hecho, desde el punto de vista de un urbanista, el artista es en gran medida una atracción en torno a la cual se concentran el turismo y las actividades económicas relacionadas.



Fuente: MIT SENSEable City Lab

## Arte público sin artistas

Las primeras lecciones que podemos extraer de las cascadas de la ciudad de Nueva York indican que los medios locativos y el arte público estarán cada vez más imbricados. Aunque no se utilicen con tal propósito, los medios locativos constituirán un vehículo para propulsar el arte público al discurso social en línea, que volverá a introducirse en el lugar de donde procede a través de dispositivos móviles y exposiciones. Es perfectamente posible que el volumen, la calidad, el público y el impacto cultural de las expresiones locativas e inmersivas generadas por los usuarios sobre arte público sigan ensombreciendo los del arte público en sí. Entonces debemos plantearnos, ¿por qué deberíamos preocuparnos en absoluto por el arte público? La mayoría de los proyectos actuales de arte público se organizan y financian para obtener un impacto económico positivo, ¿de qué sirven los artistas que crean arte público cuando constituyen una parte cada vez menor de la experiencia, y de hecho los patrocinadores los consideran más un gasto que una consecuencia positiva?

Las cosas no pintan bien para los artistas. Históricamente, la vinculación profunda y la coproducción de arte público no han sido motivaciones importantes. En muchas ocasiones, se trata a los espacios públicos como museos vivos para que el público admire las cualidades estéticas o simbólicas de la obra, y las interacciones arquitectónicas con el lugar donde está ubicada. Los propios comentarios de Eliasson sobre las expresiones generadas por los visitantes de las cascadas indican que su vinculación intelectual con el fenómeno ha sido muy limitada:

«Cuando las cascadas empezaron a fluir en el mes de junio, Olafur Eliasson dijo: “Ya no es mi obra de arte, es vuestra obra de arte... Ahora

esta pieza artística forma parte de la ciudad. Pertenece a la gente de la ciudad”. Por lo tanto no sorprende que el señor Eliasson quedara encantado con el elevado número de fotografías de las cascadas que los usuarios han publicado en Flickr.com, el sitio en línea para compartir fotos, y señalara: “Creo que las cascadas son coproductoras del tiempo y el espacio en el que tienen lugar. Supongo que, de ese modo, la obra se adentra en cuestiones acerca de la sociedad y la democracia”» (*The New York City Waterfalls: The Economic Impact of a Public Art Work*, 2008).

Al mismo tiempo, la capacidad de apropiarse de espacios públicos para exposiciones de grandes *flash mobs* (multitudes instantáneas) poco coordinadas y muy participativas, y de grupos de *performance* como Improv Everywhere, cada vez más según convenga, cuestiona la autoridad conceptual y también práctica de las obras de arte público tradicionales en las que se invierte mucho capital y están comisariadas por profesionales (véase, por ejemplo, Todd, 2008).

La experiencia de las cascadas indica que en el futuro los artistas tendrán que replantearse cómo movilizan al público para que colabore en la producción de arte y espacio público. Porque la creación pública de espacio público es una actividad mayoritariamente pasiva, que consiste en percibir y registrar fenómenos físicos y sociales. No obstante, el siguiente paso de la informática urbana será el desarrollo de plataformas para interpretar estas fuentes de datos generados por los usuarios y visualizarlas en el lugar donde fueron tomadas. Llegado un determinado punto, es posible que la necesidad de una obra central de arte público diseñada profesionalmente como punto de reunión para la creación digital ciudadana se vea severamente reducida o suprimida.

## Bibliografía

- COLEMAN, C. (2008, 8 de julio). «Seeing “New York Waterfalls” from Los Angeles» [entrada de blog]. *ART.BLOGGING.LA*.  
<<http://art.blogging.la/2008/07/seeing-new-york-waterfalls-from-los-angeles/>>
- The New York City Waterfalls: The Economic Impact of a Public Art Work* [informe en línea] (2008, octubre). [Elaborado para la Corporación de Desarrollo Económico de la Ciudad Nueva York].  
<[http://www.nyc.gov/html/om/pdf/2008/waterfalls\\_economic\\_impact\\_report.pdf](http://www.nyc.gov/html/om/pdf/2008/waterfalls_economic_impact_report.pdf)>
- TODD, C. (2008, 31 de enero). «Frozen Grand Central» [entrada de blog]. *Improv Everywhere*.  
<<http://improveverywhere.com/2008/01/31/frozen-grand-central/>>
- TOWNSEND, A. M. (2006, agosto). «Locative-media artists in the contested-aware city». *Leonardo*. Vol. 39, n.º 4, págs. 345-347.

## Cita recomendada

TOWNSEND, Anthony (2008). "Aumentar el espacio público y crear arte público: el papel de los medios locativos". *Artnodes*, n.º 8 [artículo en línea].

DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i8.771>



Esta obra está bajo la licencia Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 2.5 de Creative Commons. Puede copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que especifique su autor y la revista que la publica (*Artnodes*); no la utilice para fines comerciales y no haga con ella obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/deed.es>.

## CV

### Anthony Townsend

Director de investigación del programa Technology Horizons  
del Institute for the Future  
[atownsend@iff.org](mailto:atownsend@iff.org)

Analista tecnológico y urbanista del Institute for the Future, organización de investigación independiente fundada en 1968 y con sede en Silicon Valley, California. Durante la última década, su investigación académica y servicios de consultoría se han centrado en la intersección de los medios digitales y las tecnologías de la comunicación con la planificación urbana. En 2009 presentará «BREAKOUT!», una exposición sobre la movilidad en el trabajo de los profesionales independientes. En colaboración con los diseñadores de espacios de trabajo DEGW y patrocinada por la Architectural League de Nueva York, esta instalación cuestionará la importancia de los edificios de oficinas en una época de trabajadores electrónicos por cuenta propia, y explorará cómo la movilidad y las tecnologías de localización están provocando que el trabajo intelectual vuelva a los espacios públicos urbanos.